

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PROMOSI  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HANDPHONE MEREK XIOMI  
DI SURAKARTA**



**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-Syarat Guna Memperoleh Gelar  
Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Pada Fakultas Ekonomi  
Universitas Muhammadiyah Surakarta**

**Disusun Oleh :**

**ADIK WAHYU WICAKSONO**  
**NIM. B 100 120 044**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA  
2017**



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**  
Jl. A. Yani Tromol Pos 1 Pabelan, Kartasura Telp. (0271) 717417,  
Fax. 715448 Surakarta 57102  
Website: <http://www.ums.ac.id> Email: [Ums@ums.ac.id](mailto:Ums@ums.ac.id)

---

### **SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI**

Yang bertandatangan di bawah ini pembimbing skripsi tugas akhir.

Nama : Drs. Moech. Nasir, MM

Telah membaca dan mencermati skripsi dengan judul :

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PROMOSI  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HANDPHONE MEREK XIOMI  
DI SURAKARTA**

Oleh :

**ADIK WAHYU WICAKSONO**

**B 100 120 044**

Penandatanganan ini berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat untuk diterima.

Surakarta, Januari 2017

Pembimbing

**Drs. Moech. Nasir, MM**

## **PENGESAHAN**

Yang bertanda tangan di bawah ini telah membaca skripsi dengan judul :

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PROMOSI  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HANDPHONE MEREK XIOMI  
DI SURAKARTA**

Yang ditulis oleh :

Nama : Adik Wahyu Wicaksono

NIM : B 100 120 044

Penandatanganan berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat untuk diterima.

Surakarta, Januari 2017

Pembimbing



(Drs. Moech. Nasir, MM)

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi



(Dr. Triyono, SE., M.Si)



**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

**FAKULTAS EKONOMI & BISNIS**

Jl. A Yani Tromol Pos 1, Pabelan Kartasura 57102 Ph.: (0271) 717417 Eks.211 Surakarta

**PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI**

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : **ADIK WAHYU WICAKSONO**  
NIRM : **12.6.106.02016.500.044**  
Jurusan : **MANAJEMEN**  
Judul Skripsi : **ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK,  
HARGA DAN PROMOSI TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN HANDPHONE  
MEREK XIOMI DI SURAKARTA**

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti dan atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi dan atau gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta, Januari 2017

Yang Membuat Pernyataan,

**Adik Wahyu Wicaksono**



## **MOTTO**

Kecerdasan bukanlah tolak ukur kesuksesan, tetapi dengan menjadi cerdas kita bisa menggapai kesuksesan

Belajarliah dari masa lalu, hiduplah dimasa sekarang dan rencanakan untuk hari esok

Teman sejati adalah ia yang meraih tangan anda dan menyentuh hati anda

Jadilah seperti karang dilautan yang kuat dihantam ombak dan kerjakanlah hal yang bermanfaat untuk diri sendiri dan orang lain, karena hidup hanya sekali. Ingat hanya pada Allah apapun dan dimanapun kita berada kepada Dia-lah tempat meminta dan memohon

Sesuatu yang mustahil hanya butuh perjuangan sedikit lebih lama

## **PERSEMBAHAN**

Dengan segala kerendahan hati penulis persembahkan karya kecil ini special untuk:

- Allah SWT, yang telah memberikan hidup dan memegang kematian setiap makhluk, TanpaNya tulisan ini tiada bermakna.
- Ibu dan Ayah tercinta yang tidak pernah berhenti memberikan kasih sayang, cinta, semangat, pengorbanan, doa dan kebahagiaan kepadaku serta kakak-kakakku tersayang Dimas, Dian, Tari, Latif.
- Seluruh keluarga besarku dan sahabat-sahabatku tersayang.
- Almamaterku tercinta Universitas Muhammadiyah Surakarta.

## ABSTRAKSI

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis kualitas produk terhadap keputusan pembelian *handphone* merek Xiaomi. Untuk menganalisis harga terhadap keputusan pembelian *handphone* merek Xioami. Untuk menganalisis promosi terhadap pembelian *handphone* merek Xiaomi.

Populasi dalam penelitian ini adalah pembeli *handphone* merek Xiaomi di Surakarta yang mana jumlah pembeli terlalu besar maka peneliti jumlah sampel sebanyak 100 responden yang terdapat dalam populasi tersebut.

Berdasarkan hasil analisis uji t diketahui bahwa kualitas produk ( $X_1$ ) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian dengan didukung nilai t.sig (0,000) lebih kecil dari 0,05 ( $\alpha$ ) maka secara individual kualitas produk ( $X_1$ ) berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Harga ( $X_2$ ) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) dan didukung nilai t.sig (0,000) lebih kecil dari 0,05 ( $\alpha$ ) maka secara individual harga ( $X_2$ ) berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian (Y). Promosi ( $X_3$ ) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) dan didukung nilai t.sig (0,000) lebih kecil dari 0,05 ( $\alpha$ ) maka secara individual promosi ( $X_3$ ) berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian (Y). Hasil analisis uji F diperoleh  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $37,497 > 3,15$ ), maka  $H_0$  ditolak, Berarti secara bersama-sama variabel kualitas produk ( $X_1$ ), harga ( $X_2$ ) dan promosi ( $X_3$ ) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). Sehingga model yang digunakan dalam penelitian ini dapat dikatakan fit Berdasarkan hasil analisis koefisien determinasi ( $R^2$ ) diperoleh adjusted R square ( $R^2$ ) sebesar 0,525, berarti variasi perubahan variabel keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel kualitas produk ( $X_1$ ), harga ( $X_2$ ) dan promosi ( $X_3$ ) sebesar 52,5%. Sedangkan sisanya sebesar 47,1% dijelaskan oleh variabel lain diluar model.



## ABSTRACT

*This research target is to analyze the product quality to decision purchasing handphone of brand Xioami. To analyze the price to decision purchasing handphone brand Xioami. To analyze the promotion to purchasing handphone brand Xioami.*

*Population in this research buyer handphone brand Xioami Surakarta which buyer amount too big hence researcher sum up the sampel as much 100 responder which is there are in the population.*

*Pursuant to has result analyse the test t known that product quality (X1) have the influence which signifikan to purchasing decision pickaback assess the t.sig (0,000) smaller than 0,05, hence individually product quality (X1) have an effect on positive to purchasing decision. Price (X2) have the influence which signifikan to purchasing decision (Y) and supported value t.sig (0,000) smaller than 0,05, hence individually price (X2) have an effect on positive to purchasing decision (Y). Promotion (X3) have the influence which signifikan to purchasing decision (Y) and supported value t.sig (0,000) smaller than 0,05, hence individually promotion (X3) have an effect on positive purchasing decision (Y). Result of analysis test the F obtained  $F_{hitung} > F_{tabel}$  (37,497 > 3,15), hence  $H_0$  refused, Mean by together variable product quality (X1), price (X2) and promotion (X3) have an effect on the signifikan purchasing decision (Y). So that model used in this research can be told Pursuant to result analyse the coefficient determinasi ( $R^2$ ) obtained adjusted R square ( $R^2$ ) equal to 0,525, meaning variation of change of explainable purchasing decision variable by variable product quality (X1), price (X2) and promotion (X3) equal to 52,5%. While the rest equal to 47,1% explained by other variable outside model Fit.*

*Keyword: Product Quality, Price, Promotion and Decision Purchasing.*



## **KATA PENGANTAR**

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Alhamdulillah hirobilalamin, puji syukur penulis panjatkan atas limpahan Rahmat dan berkah dari Allah SWT, sehingga dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini tanpa hambatan yang berarti. Salam dan sholawat semoga tetap tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah membawa kita semua umat Islam dari jaman kegelapan kejaman yang jauh lebih baik.

Tak lupa penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah dengan sukarela memberikan dukungan, doa, kesempatan, bantuan pemikiran tenaga dan fasilitas sehingga penelitian ini berjalan sebagaimana mestinya. Rasa terima kasih ini penulis sampaikan :

1. Bapak Dr. Triyono, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Bapak Dr. Anton Setiyawan, M.Si., selaku Kajur Fakultas Ekonomi Manajemen Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Bapak Drs. Moech. Nasir, MM selaku pembimbing skripsi yang dengan penuh keikhlasan dan kesabaran membantu penulis hingga terselesaikannya penulisan skripsi ini.
4. Bapak dan Ibu Dosen beserta staf karyawan FEB. UMS yang telah banyak memberi bantuannya.

5. Ibu dan Bapak yang tercinta terima kasih atas kasih sayang yang tulus, tiada kuasa kiranya ananda membalasnya.
6. Seluruh pihak yang secara langsung maupun tidak langsung membantu kelancaran penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Teman-teman seangkatan terima kasih atas keceriaan dan kebahagiaan selama menuntut ilmu di UMS

Penulis telah berupaya semaksimal mungkin dalam penyusunan skripsi ini. Namun tak ada gading yang tak retak, maka saran yang konstruktif senantiasa penulis nantikan. Mudah-mudahan skripsi ini bermanfaat bagi setiap pembaca pada umumnya.

Surakarta, Januari 2017

Penulis

## DAFTAR ISI

HALAMAN DEPAN .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN.....	iv
MOTTO.....	v
PERSEMBAHAN .....	vi
ABSTRAKSI .....	vii
ABSTRACT.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI .....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR .....	xv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah.....	4
C. Tujuan Penelitian .....	5
D. Manfaat Penelitian.....	5
E. Sistematika Penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	7
A. Keputusan Pembelian .....	7
B. Kualitas Produk .....	9
C. Harga .....	11



D. Promosi .....	14
E. Penelitian Terdahulu .....	15
F. Hipotesis .....	18
G. Kerangka Pemikiran .....	19
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>20</b>
A. Populasi dan Sampel .....	20
B. Data dan Sumber Data .....	21
C. Metode Pengumpulan Data .....	22
D. Definisi Operasional Variabel .....	22
E. Uji Instrumen .....	24
F. Uji Asumsi Klasik .....	25
G. Metode Analisis Data .....	28
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>34</b>
A. Deskripsi Responden .....	34
B. Uji Validitas dan Reliabilitas .....	35
C. Uji Asumsi Klasik .....	38
D. Analisis Data .....	40
E. Pembahasan .....	47
<b>BAB V. PENUTUP .....</b>	<b>50</b>
A. Kesimpulan .....	50
B. Keterbatasan Penelitian .....	51
C. Saran .....	51

## DAFTAR PUSTAKA

## LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	Karakteristik Berdasarkan Umur Responden .....	34
Tabel 4.2	Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin.....	35
Tabel 4.3	Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk.....	36
Tabel 4.4	Hasil Uji Validitas Variabel Harga.....	36
Tabel 4.5	Hasil Uji Validitas Variabel Promosi .....	37
Tabel 4.6	Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian .....	37
Tabel 4.7	Hasil Uji Reliabilitas .....	38
Tabel 4.8	Hasil Uji Normalitas.....	39
Tabel 4.9	Hasil Multikolinieritas .....	39
Tabel 4.10	Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	40
Tabel IV.11	Hasil Uji t test .....	42
Tabel IV.12	Hasil Uji F test .....	46



## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran .....	19